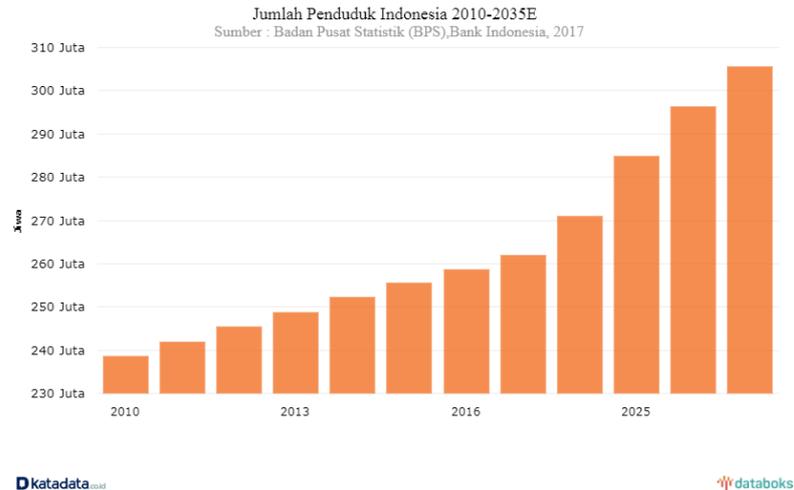


# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang di dunia yang memiliki tingkat populasi empat terbesar. Sebagai negara berkembang tentunya Indonesia harus meningkatkan perekonomiannya (Hidayatno et al., 2019). Pada era sekarang ini sering disebut sebagai revolusi industri 4.0 yang hadir ditemui dengan adanya teknologi informasi digital. Teknologi tersebut digunakan sebagai alat penunjang kegiatan sosial hingga ekonomi masyarakat maka dari itu perkembangan suatu negara pastinya tidak jauh-jauh dari perkembangan globalisasi berupa teknologi. Perkembangan teknologi pada saat ini banyak macamnya seperti sistem *online*, *e-commerce* hingga *fintech* digital (Wiryanto, 2018). Maka dari itu dengan adanya perkembangan teknologi membuat Indonesia mulai memasuki era digital dimana sekarang ini banyak perusahaan yang memanfaatkan teknologi digital sebagai salah satu alat penghubungnya dengan masyarakat.

Perkembangan suatu usaha tentunya tidak menutup kemungkinan bagi para pelaku usaha baru untuk ikut serta dalam mengikuti perkembangan era digital. Perusahaan berbasis digital semakin bergerak maju mempengaruhi kehidupan masyarakat seperti berkembangnya bentuk jasa layanan hingga metode pembayaran yang dipakai oleh masyarakat. Selain perusahaan berbasis digital atau perusahaan yang berbasis platform, bisnis kuliner juga memiliki peluang yang sama untuk berkembang pada era digital ini. Dapat dilihat pada gambar 1.1 dimana jumlah penduduk Indonesia setiap tahunnya bertambah mulai dari tahun 2017 yang hampir mencapai 262 juta jiwa. Hingga pada tahun ini yaitu tahun 2019 tercatat penduduk Indonesia telah mencapai hampir 267 juta jiwa pada gambar 1.2, dengan adanya data tersebut dapat disimpulkan bahwa perkembangan penduduk Indonesia terus meningkat setiap tahunnya.



Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Indonesia

(Sumber: Badan Pusat Statistik BPS, 2018, Bank Indonesia, 2017)

Dengan adanya pertumbuhan penduduk Indonesia tentunya kebutuhan akan pangan sangat diperlukan, sebagai salah satu kebutuhan manusia diantara 3 kebutuhan pokok, pangan / makanan merupakan hal yang tidak dapat dihindari oleh manusia (Farid et al., 2018). Perkembangan era pada saat ini ditemui dengan berkembangnya perdagangan mulai dari industri pangan, jasa, hingga informasi yang merubah gaya hidup masyarakat beserta dengan pola konsumsi makanan yang dilakukan oleh masyarakat (Pratama et al., 2017). Dengan demikian, adanya faktor pangan sebagai salah satu pendukung hidup manusia serta perubahan pola konsumsi makanan hal ini tidak menutup kemungkinan bagi para pengusaha untuk berjalan di bidang pangan. Seperti yang dianalisis melalui media bisnis.com oleh Mahardika (2019) dikatakan sektor restoran serta hotel mengalami peningkatan konsumsi sebesar 0,53% terhitung dari tahun 2018.

Perkembangan teknologi membawa suatu informasi dapat bergerak dengan cepat seperti yang dikatakan oleh Nielsen Global di dalam jurnal (Pramintya et al., 2017) bahwa konsumen melakukan pencarian secara online melalui internet ketika ingin mencoba tempat makan baru dan melihat apakah tempat tersebut mempunyai penilaian yang bagus. Pencarian online membantu masyarakat mengetahui beberapa informasi mengenai tempat makan yang diinginkannya, seperti halnya Go-Jek yang menciptakan Go-Food yang hadir pada aplikasi

memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melihat sejumlah tempat makan hingga melakukan pemesanan pada aplikasi tersebut untuk diantarkan ke tempat tujuannya (Pramintya et al., 2017).

Menurut Wening (2019) dalam salah satu artikel online *Bisnis.com*, sebagai salah satu penopang ekonomi Indonesia industri makanan dan minuman diajak untuk melakukan digitalisasi secara bertahap dengan menggunakan platform terbuka untuk ikut serta dalam perkembangan industri 4.0 untuk menjawab tren yang sedang berlangsung di masyarakat. Menurut Juniman (2017) pada artikel berita online *CNN Indonesia*, beberapa tahun terakhir ini bisnis kuliner sedang menjadi salah satu usaha yang dibentuk oleh masyarakat, perkembangan sektor kuliner di Indonesia tercatat sebesar 14 persen per tahunnya dalam kurun waktu lima tahun terakhir menunjukkan terdapat perubahan pola hidup masyarakat terhadap bisnis kuliner. Serta dengan didukungnya perkembangan bisnis kuliner oleh inovasi teknologi, hal ini menjadi peluang bagi masyarakat untuk membangun usaha kuliner yang menjadi trend pada era digital ini. Menurut Dianawanti (2018) pada artikel online *Liputan6*, industri kecil pada bidang kuliner menjadi penyumbang bagi PDB Indonesia sebesar 40% pada tahun 2017, menurut Deputi Akses Permodalan Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif) usaha kuliner merupakan salah satu subsektor yang memberikan kontribusi besar terhadap ekonomi Indonesia.

Dengan adanya pertumbuhan usaha kuliner pada era digital, berbagai macam jenis usaha kuliner pastinya akan bertambah jenisnya. Mulai dari bisnis makanan hingga bisnis minuman yang pada akhirnya menjadi suatu tren di masyarakat. Perkembangan era digital membawa perubahan yang besar bagi masyarakat, dengan adanya perkembangan era digital timbul usaha yang berbasis platform. Salah satu perusahaan besar yang berbasis platform adalah Gojek, dimana perusahaan tersebut menyediakan beberapa jenis jasa yang ditawarkan mulai dari transportasi, berbelanja hingga makanan.

Bidang jasa layanan antar makanan yang disediakan Gojek disebut Go-Food. Menurut Juniman (2017) pada artikel online yang berjudul gaya hidup masyarakat menjadikan bisnis kuliner menjanjikan di *CNN Indonesia*, dengan adanya jasa yang disediakan oleh Gojek sangat membantu khususnya bagi

masyarakat yang merasa memakan waktu yang lama dalam mengantri suatu makanan serta masyarakat yang ingin membeli makanan dari luar untuk dibawa makan di suatu tempat dengan cepat. Sedangkan dengan adanya perkembangan layanan pesan antar makanan, Gojek membuat suatu gaya hidup baru yang diadopsi oleh masyarakat Indonesia. Maka dari itu jasa tersebut dapat membantu usaha makanan yang ada di Indonesia untuk saling bersaing.

Menurut Maarif (2019) pada artikel online di Detikinet setiap tahunnya pertumbuhan usaha kuliner meningkat, oleh karena itu banyak pengusaha yang membangun bisnis mengikuti tren di masyarakat. Dengan adanya bisnis kuliner yang terus berkembang tentunya tidak akan menutup kemungkinan bagi pelaku usaha baru untuk membangun bisnis kuliner dengan inovasi baru di dalam bidang yang sama. Menurut Chief Food Officer Gojek Grup, Catherine Hindra Sutjahyo, seperti halnya yang dilakukan oleh perusahaan Go-Jek di mana perusahaan tersebut menguasai hampir 75% pasar Indonesia di bidang layanan jasa online pada makanan. Dapat dikatakan menurut salah satu artikel online di Kompas, penggunaan Go-Food memiliki peningkatan sebesar 133 persen dibandingkan tahun 2018 dan juga tercatat bahwa Go-Food memiliki kenaikan pelanggan sebesar 60 persen pada merchant yang bekerjasama. Selain itu juga seperti yang dikatakan pada salah satu artikel online akseleran.co.id, menurut Ramadhani (2020) dengan adanya perkembangan teknologi, hal ini membantu serta mempermudah UKM dalam mengembangkan usahanya di Indonesia.

Maka seiring dengan perkembangan teknologi, perilaku masyarakat juga ikut berubah dengan adanya kenyamanan dalam berbelanja yang diberikan oleh perusahaan berbasis platform sebagai media penghubung dengan masyarakat. Bagi perusahaan berbasis online tentunya sangat dibutuhkan loyalitas dari konsumen, dimana dengan adanya loyalitas dapat membantu menentukan kualitas layanan serta yang akhirnya dapat menghasilkan tingkat kepuasan konsumen (Suhartanto, Helmi Ali, et al., 2019). Maka dari itu penggunaan jasa layanan antar makanan juga menjadi tren di lingkungan masyarakat. Dengan jasa yang ada hal ini dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap kualitas layanan yang disediakan oleh perusahaan jasa tersebut. Dengan adanya jasa tersebut, loyalitas konsumen hingga perilaku yang ditimbulkan oleh konsumen dapat diketahui.

Selain itu pandangan yang diberikan oleh masyarakat juga dapat membantu dalam menilai suatu jasa layanan yang disediakan.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Perubahan pola perilaku masyarakat Indonesia dalam memesan makanan mengikuti perkembangan teknologi. Dari yang tadinya memesan makanan menggunakan telepon maupun sms yang ditujukan kepada penjual, hingga sekarang ini dalam memesan makanan masyarakat lebih banyak menggunakan aplikasi berbasis internet atau yang biasa disebut dengan *SuperApps*. Fenomena *SuperApps* di Indonesia sulit untuk diprediksi dengan kehadiran aplikasi Gojek dan sejenisnya. Dengan adanya kehadiran Gojek yang menyediakan jasa layanan pesan antar makanan yang disebut dengan Go-Food menimbulkan adanya perubahan perilaku masyarakat pada saat ini. Dapat dikatakan juga dengan adanya Go-Food ini membuat suatu tren di masyarakat yang baru yaitu dengan menggunakan jasa layanan yang disediakan oleh perusahaan berbasis platform dimana pada era digital ini masyarakat tidak dapat jauh-jauh dari teknologi khususnya kaum milenial sekarang ini. Dengan adanya penyediaan layanan oleh Gojek yaitu Go-Food diharapkan juga dapat membantu mereka para pemilik usaha makanan dan minuman untuk mengembangkan usahanya.

Maka dari itu dengan adanya kualitas *e-service* yang disediakan oleh perusahaan berbasis platform yaitu Gojek diharapkan juga dapat membantu pengguna serta pemilik usaha makanan dan minuman. Namun demikian, kualitas *e-service* yang ada tidak dapat dipastikan hasilnya dikarenakan adanya faktor eksternal seperti kualitas mitra pengemudi hingga menu makanan maupun minuman yang tersedia. Maka itu, hal ini merupakan suatu masalah yang terdapat pada kualitas *e-service* yang ada pada aplikasi berbasis internet. Dengan adanya kualitas *e-service* yang disediakan diharapkan dapat membantu pengusaha makanan dan minuman untuk berkembang mengikuti era teknologi digital terutama dari segi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

### **1.3. Perumusan masalah / Pertanyaan penelitian**

1. Bagaimana persepsi kualitas *e-service* aplikasi gojek di mata partner Go-Food?
2. Bagaimana *feedback* partner Go-Food dari kualitas *e-service* yang disediakan?

### **1.4. Signifikansi dari Masalah**

Penelitian ini akan digunakan untuk mencari tahu mengenai kualitas *e-service* yang dihasilkan oleh layanan *online food delivery* yang disediakan oleh Go-Food. Bagaimana layanan tersebut akan membawa dampak dan membantu keberlanjutan bisnis dari perusahaan makanan dan minuman untuk perkembangannya di era digital. Selain itu penelitian ini juga melihat bagaimana *feedback* yang didapatkan dari partner Go-Food melalui kualitas *e-service* yang telah disediakan oleh Gojek.

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Hasil penelitian ini akan digunakan untuk mengetahui *customer feedback* yang dihasilkan oleh kualitas *e-service* yang disediakan oleh Gojek, untuk mengetahui apakah dengan adanya *feedback* yang diberikan oleh *customer* mengenai kualitas *e-service* menunjukkan adanya kepuasan konsumen akan layanan pesan antar yang disediakan, serta untuk mengetahui apakah dengan adanya kepuasan konsumen mempengaruhi kebutuhan konsumen akan *online transportation SuperApps*.

### **1.6. Ruang Lingkup dan Batasan**

Penelitian ini akan mengkaji pemilik usaha yang bergerak pada bidang makanan dan minuman yang menggunakan platform online yaitu jasa pengantar makanan online yang disediakan oleh Gojek dalam salah satu produk usahanya yaitu Go-Food sebagai salah satu alat pemasaran usahanya. Serta pengusaha yang membuka usahanya setiap hari mulai pada jam 10 pagi hingga 10 malam, berupa makanan yang cepat saji dan berupa makanan berat seperti nasi dan lauk atau sejenisnya, sedangkan minuman merupakan minuman yang diciptakan olehnya

sendiri. Penelitian ini juga akan dilakukan di daerah Jakarta (Barat, Utara, Selatan dan Pusat) dan Tangerang Selatan (BSD) Serpong.

